

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis sebagaimana diuraikan pada bab sebelumnya maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

- a. Hasil analisis *Chi-Square* menunjukkan bahwa terdapat hubungan ketergantungan yang signifikan antara sumber pesan dengan citra produk yang diiklankan, karena nilai $\chi^2_{hitung} (22,863) > \chi^2_{tabel} (12,59)$. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,338 menunjukkan bahwa ketergantungan antara sumber pesan terhadap citra produk adalah moderat rendah (*moderately low association*), karena nilai koefisien korelasinya terletak pada daerah 0,26 - 0,50.
- b. Persepsi remaja dan dewasa terhadap sumber pesan dan citra produk *hand body lotion* Moistra yang diiklankan terdapat perbedaan yang signifikan, karena $t_{hitung} (=2,02) > t_{tabel} (=1,96)$ dengan tingkat kesalahan penolakan H_0 sebesar 0,046 yang lebih kecil dari nilai *level of significan* ($\alpha = 0,05$) yang digunakan.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa sumber pesan mempunyai hubungan yang signifikan dengan citra produk yang dibawakannya dan dengan memperhatikan berbagai variabel tersebut, hendaknya perusahaan :

- a. Selektif dalam menentukan sumber pesan dari penayangan suatu iklan.
- b. Menetapkan sumber pesan yang mempunyai nilai lebih berdasarkan keempat variabel yang menurut penilaian responden mempunyai hubungan yang signifikan dengan citra suatu produk.
- c. Hendaknya perusahaan mampu menampilkan *figure* yang mempunyai kesesuaian antara produk yang diiklankan dengan berbagai variabel yang mempengaruhinya, seperti menetapkan ratu kecantikan sebagai sumber pesan dari iklan *hand body lotion* Moistra. Hal ini dimaksudkan agar mampu menarik perhatian dan kepercayaan konsumen terhadap produk yang diiklankan dengan memperhatikan bukti langsung melalui penampilan sumber pesan dalam kapasitasnya sebagai pemeran pemakai produk *hand body lotion* Moistra.
- d. Menentukan sumber pesan yang benar-benar mempunyai penggemar yang banyak dalam masyarakat sehingga bisa mempengaruhi sikap maupun perilaku dari masyarakat dalam kapasitasnya sebagai konsumen dari produk *hand body lotion* Moistra ini.
- e. Dengan memperhatikan berbagai langkah tersebut, hubungan antara sumber pesan dengan citra produk bisa dimanfaatkan sebagai sarana untuk menghadirkan produk *hand body lotion* Moistra dalam kehidupan sehari-hari konsumen sebagai salah satu sarana pemenuhan kebutuhan konsumen.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Aaker, A. D., dan John. G. M., 1986. *Advertising Management*, (2th ed.), New Delhi, India: Prentice Hall, Int.
- Abipraja, Soedjono., dan Hermeindito. *Statistik Terapan untuk Penelitian Bisnis*, Surabaya: Fakultas Ekonomi-Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala.
- Arcana, Nyoman., 1994. *Pengantar Statistika Induktif*, Surabaya: Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala.
- Arikunto, Suharsimi, 1992. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Awat, J. Napa, 1995. *Metode Statistik dan Ekonometri*, Yogyakarta: Liberty.
- Champion, Dean. J, 1981. *Basics Statistics For Social Research*, (2th ed.), New York: Mac Millan Publishing Co.
- Engel, F. J. and Blackwell. D. R., and Miniard, Paul W., 1995. *Perilaku Konsumen*, (edisi keenam), Jakarta: Binarupa Aksara.
- Evans, R. J., dan B. Berman., 1991. *Marketing*, (5th ed.), New Jersey: Mac Millan Publishing Company.
- Hadi, Sutrisno., 1974. *Metodologi Research: Untuk Penulisan Paper, Skripsi, Thesis dan Disertasi*. Jilid I, Cetakan II, Yogyakarta: Yayasan Penerbitan Fakultas Psikologi UGM
- Kotler, Philip., 1990. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Jilid 1, Jakarta: Erlangga.
- , 1991. *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control*, (7th ed.), Englewoods, New Jersey: Prentice Hall, Int.
- , 1993. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, edisi terjemahan, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip., dan G. Armstrong., 1997. *Dasar-dasar Pemasaran*, (edisi ketujuh), Jilid 2, Jakarta: Prenhallindo.

Leon G, Schiffman., dan Leslie L. Kanuk., 1991. *Consumer Behavior*, (4th.ed), Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall Inc.

Mowen, C. J., 1990. *Consumer Behavior*, (2th ed.), Singapore: Maxwell Mac Million Publishing Company.

Putra, Irma., 1995. *Studi tentang Sumber Pesan Sabun Mandi Priti dalam Menanamkan Citra Produk sebagai Sabun Kecantikan untuk Kelembutan Kulit terhadap Konsumen di Surabaya*, Surabaya: Universitas Surabaya.

Rangkuti, Freddy., 1997. *Riset Pemasaran*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Rossiter, R. J., dan L. Percy., 1987. *Advertising and Promotion Management*, (1th ed.), Singapore: Mac Graw Hill, Inc.

Siegel, Sidney., 1992. *Statistik Non Parametrik*, (edisi kelima), Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Sudjana., 1986. *Metode Penelitian*, (edisi keempat), Bandung: Tarsito.

Suprananto, 1983. *Ekonometrik*, Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.

